

A população e a televisão digital

Monografia apresentada como requisito para conclusão do curso de bacharelado em Publicidade e Propaganda do UniCEUB - Centro Universitário de Brasília.

Professor orientador:
José Severiano Filho

Brasília/DF, junho de 2006.



FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA
SUPERVISÃO DE MONOGRAFIA ACADÊMICA

MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA

| MEMBROS DA BANCA | ASSINATURA |
|---|------------|
| 1. PROFESSOR ORIENTADOR José Severiano Filho | |
| 2. PROFESSOR CONVIDADO Mauro Castro | |
| 3. PROFESSOR CONVIDADO Luciano Mendes | |
| Menção Final: | |

Brasília/DF, junho de 2006.

Dístico

"Não é do acúmulo de riquezas que nasce a virtude, mas do aperfeiçoamento da alma é que nascem as riquezas e tudo o que mais importa ao homem e ao Estado."

Sócrates

Dedicatória

Dedico este relatório à
minha família, que sempre
me apoiou, me ajudou e
acreditou no meu potencial.

Agradecimentos

Primeiro, gostaria de agradecer a Deus, pois sem ele jamais teria chegado onde estou hoje.

Agradeço também aos meus familiares pelo apoio e a compreensão durante esta fase da minha vida.

Agradeço ao meu orientador José Severiano pela sua ajuda, pois sem ele este trabalho não teria se concretizado.

Aos que me ajudaram a coletar os dados da pesquisa e aos amigos que formei durante esses quatro anos, que estarão presentes comigo para sempre.

E, finalmente, com destaque, à Ana Lúcia de Alcântara, minha mãe, que sempre se esforçou ao máximo para me proporcionar oportunidades de estudar nas melhores escolas e ter uma ótima qualidade de vida. Mãe te amo!

RESUMO

A velocidade com que o mundo da comunicação de massa se desenvolve hoje em dia é assustadora. Sempre se inventa algo novo, um aparelho que substitui o rádio, aonde você consegue guardar mais de cinco mil músicas e ainda cabe em seu bolso, e sem falar da tecnologia da telefonia móvel. Contudo existe um meio de comunicação que desde 1950, está presente em nossas vidas diariamente. Nessa época que se desconhecia o novo veículo de comunicação, onde nem mesmo as agências de publicidade tinham idéia do que estava a ser implantado, a televisão entrou, ficou e se tornou o maior hábito na vida do brasileiro. Conquistando a aceitação do público e despertando interesse de empresários, a televisão, com o tempo tornou-se indispensável na residência de todos. Contudo no final do século passado, começou a implantação de um novo tipo de transmissão em alguns países, o padrão digital. Após anos de estudos, três grandes regiões se destacaram com essa tecnologia: Estados Unidos, visando o aumento da qualidade na imagem e do som, a Europa que buscou a multiprogramação como principal característica e o Japão, com a tecnologia mais recente das três citadas, se destacando na mobilidade. Já no Brasil, foi criado o projeto SBTVD que, se utilizando das tecnologias já existentes, continua desenvolvendo um padrão ideal para o país. A proposta do estudo que se segue, visa medir o conhecimento da população com relação a essa nova plataforma de transmissão. Como foi dito anteriormente, a televisão faz parte da vida de todo brasileiro, e a sensação de mudá-la após sua consolidação, pode ser assustador.

Palavras-chave:

Comunicação, televisão, plataforma de transmissão, nova tecnologia, população.

ABSTRACT

The speed in which the world of mass communication develops nowadays is frightening. Something new is constantly being invented, like a device that substitutes the radio, where you can save more than five thousand different songs and still have it fit in your pocket, and not to mention the mobile phone technology. However, there is a media that exists since 1950 and is present in our daily lives. At the time, the unknown new vehicle of communication, of which not even the advertising agencies were aware of its implantation, the television entered, stayed and became one of the biggest habits in the lives of Brazilians. Conquering acceptance from the public and awakening the interest of businessmen, the television, in time, became indispensable in every household. However, in the end of the last century, the implantation of a new type of transmission began in some countries, digital transmission. After years of research, three main regions stood out with this technology: the United States, aiming for the increase of quality in image and sound, Europe, aiming multiprogramming as a main characteristic and Japan, with the most recent technology of the three, standing out with its mobility. In Brazil, the SBTVD project was created using the existing technology and has developed an ideal standard for the country. The study that follows aim to measure how much the population knows about this new form of transmission. As it was said previously, television is part of Brazilian life and the sensations caused by changes, can be frightful.

Keywords:

Communication, television, new form of transmission, new technology, population.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- Figura 1** - Possibilidades de distribuição de canais e TV e de dados;
- Figura 2** - Gráfico - Diferenciação do sexo;
- Figura 3** - Gráfico - Faixa etária;
- Figura 4** - Gráfico - Faixa salarial;
- Figura 5** - Gráfico – Escolaridade;
- Figura 6** - Gráfico - Localização residencial;
- Figura 7** - Gráfico - Conhecimentos básicos sobre a TV digital;
- Figura 8** - Gráfico - Utilização do benefício de gravação de programas, de compra de filmes e shows;
- Figura 9** - Gráfico - Utilização do benefício de compra de produtos e serviços;
- Figura 10** - Gráfico - Utilização do benefício;
- Figura 11** - Gráfico - Utilização do benefício de auto-programação;
- Figura 12** - Gráfico - Utilização do benefício de escolher o idioma, legenda e censura;
- Figura 13** - Gráfico - Utilização do benefício de acesso a e-mail e internet;
- Figura 14** - Gráfico - Utilização do benefício de realização de pagamentos;
- Figura 15** - Gráfico - Utilização de outros meios para conseguir os benefícios anteriores;
- Figura 16** - Gráfico - Disponibilidade para investimentos;
- Figura 17** - Gráfico - Críticas, sugestões e dúvidas sobre o tema abordado;

LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações

MHz - Hertz

SDTV – Standart Definition Television

HDTV – High Definition Television

EDTV - Enhanced Definition Television

Canal (HD HQ) – Canal de alta qualidade

Canal (HD MQ) – Canal de média qualidade

Canal (SD) – Canal com qualidade Standart

Canal (D) – Canal para transmissão de dados

ATSC - Advanced Television Systems Committee

FCC – Federal Communications Commission

VSB – Vestigial Side Band

DVB – Digital Video Broadcasting

ELG – European Launching Group

MoU – Memorandum of Understanding

ABA – Australian Broadcasting Authority

ISDB - Integrated Services Digital Broadcasting

ADTV-LAB – Advanced Digital Television Broadcasting Laboratory

DIBEG – Digital Broadcasting Experts Group

DQPSK – forma de modulação na qual ao invés de ser enviado um símbolo correspondente a um parâmetro puro de fase, este símbolo representa uma variação de fase. Neste caso, cada conjunto de bits representado por um símbolo provoca uma variação de fase determinada no sinal da portadora.

PNAD99 – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

CPqD – é um órgão que atua em diversos setores como: telecom, governo, elétrico e financeiro, provendo software, serviços e tecnologia de produtos.

SBTVD – Sistema Brasileiro de Televisão Digital

PPA – Plano Plurianual

SUMÁRIO

1. Introdução, 13

- 1.1 Identificação do tema, 13
- 1.2. Problema de Pesquisa, 13
- 1.3. Justificativa, 13
- 1.4. Objetivos, 14
 - 1.4.1. Objetivo Geral, 14
 - 1.4.2. Objetivos Específicos, 14
- 1.5. Hipóteses, 15
- 1.6. Metodologia Científica, 15
- 1.7. Estrutura do Trabalho, 16

2. Embasamento Teórico, 17

- 2.1. A televisão, 17
- 2.2. O sistema de transmissão digital, 17
 - 2.2.1. Aspectos técnicos de transmissão, 18
- 2.3. Os padrões utilizados no mundo, 19
 - 2.3.1. O sistema ATSC – nos Estados Unidos, 19
 - 2.3.2. O sistema DVB – na Europa, 19
 - 2.3.3. O sistema ISDB – no Japão, 20
 - 2.3.4. O novo sistema – na China, 21
- 2.4. Digitalizando o Brasil, 21
 - 2.4.1. SBTVD com relação à acessibilidade, 23
 - 2.4.2. SBTVD com relação à mobilidade, 24
 - 2.4.3. SBTVD com relação à interatividade, 24
 - 2.4.5. Últimas notícias com relação à implantação do SBTVD, 27

3. Pesquisa de Campo, 28

- 3.1. Etapas de uma pesquisa, 28
- 3.2. Sky como modelo base para a criação do questionário, 30

3.3. Limitações da Pesquisa, 31

3.4. Resultado da pesquisa, análise e discussão dos dados, 31

4. Conclusão, 42

4.1 Conclusão em relação às hipóteses testadas, 42

5. Bibliografia, 44

6. Apêndices, 46

Apêndice A, 46

Apêndice B, 53

Apêndice C, 55

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho abordará de maneira exploratória o tema da televisão relatando os acontecimentos marcantes ao longo de sua história e dando ênfase à sociedade diante do novo experimento mundial: a televisão digital. O foco será uma pesquisa de campo que visa relatar o conhecimento da sociedade sobre essa nova tecnologia.

1.1. Identificação do Tema

Televisão digital: uma nova tecnologia, um tanto quanto desconhecida pela sociedade, que está se tornando presente em nossas vidas.

1.2. Problema de pesquisa

A população brasileira vive diariamente sob o reflexo da televisão. A mudança para uma nova plataforma com características de funcionamento diferente, sem dúvida causará um impacto. Resta perceber se existe um conhecimento mínimo da população, com relação à TV digital, a tal ponto que torne esse impacto menor, conseguindo aceitação de todos.

1.3. Justificativa

O tema trata de um assunto atual e de interesse público. Sendo assim, a busca pela informação se torna necessária na medida em que está claro que o assunto é de vital importância no âmbito da comunicação social.

O tema é relevante para um levantamento sobre o conhecimento da população, que por sua vez, não parece ter ainda interesse sobre o assunto. E a TV digital, quando em funcionamento, irá modificar todo sistema o qual o Brasil é claramente dependente.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo Geral

Verificar qual o nível de conhecimento/interesse da sociedade brasileira com relação à nova tecnologia digital.

1.4.2. Objetivos Específicos

- § Descrever uma rápida retrospectiva na história da televisão no Brasil sob uma visão socioeconômica, para melhor compreender o que se passa nos dias atuais.
- § Descrever um breve resumo do que se trata o sistema de televisão digital e relatar os padrões de televisão digital presentes no mercado mundial atual.
- § Analisar os tópicos que estão sendo pensados para a adesão de um padrão propício para a televisão digital no Brasil: acessibilidade, mobilidade e interatividade. E fazer uma relação com os agentes influenciador-influenciado.
- § Por meio de uma pesquisa, verificar junto à população o nível de interesse/conhecimento sobre o assunto tratado no presente trabalho.

1.5. Hipóteses

- § H0: A população não possui conhecimento mínimo sobre os serviços e a tecnologia oferecidos pela televisão digital.
- § H1: A população possui conhecimento mínimo sobre os serviços e a tecnologia oferecidos pela televisão digital.

1.6. Metodologia científica

Para Barros e Lehfel'd (2000, p. 01), “metodologia consiste em estudar e avaliar os vários métodos disponíveis, identificando suas limitações ou não em nível das implicações de suas utilizações”. Ou seja, a metodologia visa à resolução de problemas examinando as técnicas de pesquisa.

De acordo com Lakatos (2001, p. 83), o “método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista”. Na metodologia, existe a preocupação de descobrir a verdade e de explicar a natureza e a força do conhecimento. Ou seja, “o método científico é a teoria da investigação” (LAKATOS, 2001, p. 83). Dentro dela encontra-se a teoria e a pesquisa.

Para a realização do presente trabalho, primeiramente foi feito um breve levantamento histórico visto que segundo Lakatos (2001, p. 83) “as atuais formas de vida social, as instituições e os costumes têm origem no passado, é importante pesquisar suas raízes para compreender sua natureza”. Em seguida uma busca documental por sites do governo, a fim de descobrir o posicionamento brasileiro em relação à TV digital. Por último foi realizada uma coleta de dados através de uma pesquisa de campo.

1.7. Estrutura do trabalho

Após esse capítulo introdutório que delineou o tema a ser estudado, o segundo capítulo apresentará uma retrospectiva da história da televisão no Brasil e da propaganda dentro dela. Ainda no segundo capítulo será tratado especificamente do assunto televisão digital. Sua introdução pelo mundo e os diversos padrões existentes. No Brasil, além das informações mais recentes sobre as negociações e adesão do novo sistema, serão abrangidas as expectativas das várias áreas envolvidas nessa mudança, dentro dos aspectos mais importantes a serem tratados para o nosso país.

O capítulo três irá verificar, através de uma pesquisa de campo, a opinião pública sobre este assunto, buscando responder às hipóteses propostas anteriormente. No capítulo quatro apresentam-se conclusões acerca da hipótese levantada, obtidas através de todo o trabalho realizado. E para finalizar, nos capítulos seguintes estão as referências biográficas e apêndices.

2. EMBASAMENTO TEÓRICO

2.1. A televisão

Pode-se afirmar que a televisão molda a população, tanto na maneira de agir como na de pensar. Após seu surgimento, ela “cresceu e alterou a fisionomia do mundo, mudou a sociedade, saltou barreiras e fronteiras.” (FURTADO, 1990, p. 237). Chegou após o rádio, com o propósito da utilização do recurso da visão além da própria audição, uma grande inovação na época. Com objetivo de oferecer informação e de entretenimento nas horas vagas para a população, ou pelos é isso que nos é dito até hoje, a TV é definida por Furtado (1990, p. 237) como “a panacéia de ilusões e encanamento e válvula de escape de frustrações e necessidades não atendidas pela penúria econômica e pela injusta distribuição de renda”.

Ela passou a construir padrões na vida cotidiana da população, como por exemplo, as novelas que ditam moda e questões a serem abordadas diariamente durante conversas familiares. Ou ainda como ser a dona de casa perfeita, cozinhando, decorando e ainda ganhando dinheiro com tudo isso. Tornou-se definitivamente um objeto indispensável na vida de todo brasileiro. “Chegando aos mais distantes e inacessíveis núcleos populacionais, criou hábitos de consumo e é parte importante da vida de todos os povos.” (FURTADO, 1990, p. 237). Até mesmo uma família humilde, classe baixa tem hoje como necessidade primária, além da geladeira e do fogão, a própria televisão.

Aqui, mais que em qualquer outro lugar, ela se tornou necessidade primária, subvertendo as leis da economia. Criou dependência física e psicológica [...] Por outro lado, tornou-se um poderoso instrumento do desenvolvimento econômico nos países em que é veículo publicitário e considerável instrumento político nos países em que é ideologicamente manipulada. (FURTADO, 1990, p. 237)

No Brasil é comum se propagar notícias que foram vistas na TV sem qualquer questionamento. Isso se dá pelo fato de que hoje o senso comum

ser formado pelo que se assisti e não pelo que se ler. Já que grande parte da população não estuda. Sendo assim o que se transmite é aceito como verdade. Agora, quem passa a decidir o que é verdade ou mentira? A resposta é simples, são aqueles que manipulam as redes de emissoras. Sejam políticos, publicitários ou religiosos, cada um busca seu interesse em cima do que é transmitido.

Para melhor compreender a evolução desse aparelho, que molda nosso dia-a-dia e nossas tendências, vide a evolução cronológica listada no anexo A.

2.2. O sistema de transmissão digital

Em um mundo onde são lançados diariamente novos aparelhos com tecnologias inovadoras, sentiu-se a necessidade de um sinal que acompanhasse essa evolução. Desde então passaram a ser feitos estudos, os quais chegaram ao resultado conhecido hoje como sinal digital.

O sistema de transmissão digital pode ser considerado como “um sistema de radiodifusão televisiva que transmite sinais digitais, em lugar dos atuais, analógicos.” (BNDES, 2000 p. 4). Pode-se constatar que não se trata de um produto tangível, mas sim um sistema de ondas, as quais deixarão de ser analógicas e passarão às digitais, buscando alguns aspectos em melhoria e inovação com relação aos que são oferecidos atualmente.

É um sistema mais eficiente, no que diz respeito à recepção dos sinais, pois, na transmissão analógica cerca de 50% dos pontos de resolução de uma imagem se perdem e, portanto, apenas metade deles são recebidos nos lares. BNDES (2000 p. 4)

Diferentemente do sistema analógico, o digital “permite que a integral do sinal transmitido pelas emissoras seja recebido pelos televisores domésticos” (BNDES, 2000 p. 4). Ou seja, se dentro de um mesmo espaço (canal) onde apenas metade dos pontos são utilizados, não temos toda a

qualidade possível. Contudo ao se passar a ter a totalidade dos pontos isso acarretará em melhorias. Elas podem ser representadas pela “qualidade da imagem, que se torna também imune a interferências e ruídos, ficando livres dos chuviscos e fantasmas [...] e ainda, em som de qualidade idêntica àquela obtida com um CD” (BNDES, 2000, p. 4).

Essa nova tecnologia, pelo fato de ser digital, permite a interatividade do sistema com o telespectador, que passa da passividade a uma atitude ativa frente às transmissões. A televisão digital permite a navegação na internet, o comércio eletrônico e a comunicação através da TV. BNDES(2000, p. 4)

O telespectador passa a praticar ações em frente à televisão que normalmente faria através de outros meios. Substituindo suas visitas a lojas, supermercados e bancos. Ou ainda, navegar na internet, escrever e receber e-mails e fazer ligações.

2.2.1. Aspectos técnicos de transmissão

Ainda no documento - TV Digital: desafio ou oportunidade? - o BNDES diferencia, em termos técnicos, as várias formas de transmissão de sinais dentro de um mesmo canal. Explicando a diferença de qualidade e velocidade em cada opção, como está demonstrado no gráfico.

As modalidades mais conhecidas de televisão digital são a SDTV (*Standard Definition Television*) e a HDTV (*High Definition Television*). A primeira é um serviço de áudio e vídeo digitais, comumente na relação de aspecto 4:3 (largura:altura da imagem), cujos aparelhos receptores possuem um número de linhas de 408, semelhante à da TV analógica, com 704 pontos em cada uma. A HDTV, cuja imagem possui formato 16:9, é recebida em aparelhos com 1080 linhas de definição e 1920 pontos em cada uma delas. Entre esses dois sistemas existe a EDTV, TV de média definição, que possibilita a utilização de aparelhos com 720 linhas de 1280 pontos. Algumas classificações consideram a EDTV já como televisão de alta definição (HDTV).

O HDTV necessita de uma taxa de transmissão de dados (bits por segundo) bem mais elevada do que a do sistema SDTV, apresentando como principal vantagem a sua nitidez, uma vez que possui um número total de pontos por tela maior do que seis vezes o do outro sistema. Por outro lado, a elevada taxa de transmissão de dados da HDTV leva à ocupação de quase toda a banda do canal com um mesmo sinal de televisão.

Já a SDTV, pelo fato de poder operar a uma taxa menor, permite que numa mesma banda sejam transmitidos até quatro canais de televisão, ou um menor número de canais de TV e vários canais de dados. A figura mostra como na faixa hoje ocupada por um único canal de televisão analógica, de largura igual a 6MHz, podem ser transmitidos, por exemplo: um canal de HDTV com alta qualidade (**HD HQ**) mais um canal de dados (**D**); ou um canal de HDTV com média qualidade (**HD MQ**) mais um canal de dados (**D**); ou um canal de SDTV (**SD**) mais um canal de dados; ou quatro canais de SDTV mais um canal de dados. BNDES (2000, p. 5)

Figura 1 - Possibilidades de distribuição de canais e TV e de dados



Fonte: ABERT/ SET (ANATEL)

2.3. Os padrões existentes no mundo

Os estudos do BNDES - TV Digital: desafio ou oportunidade? - revelaram o histórico dos padrões digitais já criados pelo mundo.

2.3.1. O sistema ATSC – nos Estados Unidos

BNDES (2000, p. 13):

O sistema ATSC, criado nos EUA, por um grupo de empresas a partir de uma demanda do FCC, tornou-se internacional em 1996, possuindo atualmente cerca de 200 membros. Tal sistema foi adotado nos próprios E.U.A., no Canadá, em Taiwan e na Coreia do Sul. É interessante observar que a empresa detentora da patente da modulação de vídeo adotada pelo sistema ATSC é a Zenith, a qual, mais recentemente, foi adquirida pela coreana LG.

A Argentina chegou a optar pelo padrão ATSC, porém, antes que qualquer investimento fosse feito, o novo governo resolveu revogar a decisão anterior, aguardando uma maior definição do cenário internacional.

O serviço de TV digital foi lançado nos E.U.A. em novembro de 1998. Desde o início foi exigido pelo FCC que as principais redes de televisão cumprissem um programa de áreas de cobertura crescentes.

Segundo a U.S. National Association of Broadcasters, em julho de 2000, o sistema estava em operação em 52 cidades, sendo operado por 148 estações, equivalendo a uma cobertura de 64% dos lares americanos com TV. Cabe ressaltar, entretanto, que existem não E.U.A.

cerca de 1600 estações analógicas, ou seja, apenas 9% das estações ativas são digitais. Além disso, menos de 20% da população assiste à televisão terrestre, sendo a penetração da TV a cabo da ordem de 70%.

Os transmissores ATSC diferem dos analógicos e dos digitais dedicados a outros sistemas apenas na parte referente à modulação – módulo de modulação. Assim, um fabricante de transmissores pode adquirir apenas esse módulo da Zenith, por exemplo, para poder ofertar o seu produto.

2.3.2. O sistema DVB – na Europa

BNDES (2000, p. 14):

O sistema DVB foi criado, em 1993, por um consórcio de países europeus, visando principalmente a multiplicação de canais, já que a televisão digital permite que a mesma banda que comporta apenas um canal analógico transporte até quatro canais digitais de mesmo formato (SDTV). A flexibilidade do sistema foi também contemplada na sua definição, de forma que através de alguns dos canais simultâneos podem ser veiculados dados, o que propicia o desenvolvimento de aplicações interativas, de Internet etc. É desta maneira, aliás, que a TV digital vem sendo utilizada na Europa, especialmente na Inglaterra, onde ela é mais difundida.

Alternativamente, o sistema DVB permite que, em lugar de até quatro canais de SDTV, seja transmitido um único canal de HDTV, continuando parte da banda reservada para serviços de dados.

Além da flexibilidade, a robustez do sistema foi também privilegiada, na medida em que ele necessita atender a uma grande diversidade de geografias e formas de recepção, como são as dos vários países europeus.

Apesar de desenvolvido na Europa, desde o princípio o sistema DVB visava o mercado mundial, pois suas especificações são extremamente abrangentes e prevêem condições de utilização distintas das européias. Como exemplo, tem-se que, embora naquele continente a largura de banda de um canal de televisão seja de 8 MHz, o DVB permite a sua utilização com larguras de banda de 7 e de 6 MHz, que é o caso nas Américas.

O consórcio DVB possui atualmente, mais de 260 membros, tendo o seu sistema sido adotado, além dos países europeus, pela Austrália, Nova Zelândia, Singapura e Índia.

2.3.3. O sistema ISDB-T – no Japão

BNDES (2000, p. 16):

O sistema ISDB-T (para transmissões terrestres) foi criado em 1999, no Japão, por um grupo de empresas, fabricantes e operadoras de televisão e de telecomunicações, capitaneado pelo governo. Seu recente desenvolvimento deu-se como segundo movimento de um trabalho

iniciado em 1995 com o objetivo de digitalizar todos os sistemas de transmissão de televisão.

Os receptores para a transmissão via satélite já estão sendo disponibilizados nas lojas japonesas, havendo a previsão de que, a médio prazo, todos os aparelhos de TV possam receber, indistintamente, transmissões terrestres, via satélite ou via cabo.

Uma vantagem do ISDB-T é o fato de haver sido desenvolvido tendo a mobilidade como pré-requisito, tornando-o adequado para a recepção portátil de dados e imagens. O Japão possui tradição em HDTV analógica, sendo, ao lado da França, um dos únicos lugares do mundo onde ela foi efetivamente implantada.

Tudo isto faz com que o sistema japonês coloque nas mãos de quem o adotar como padrão, ao lado de inquestionáveis vantagens técnicas de robustez e flexibilidade de operação, propiciando o desenvolvimento de novos serviços, a grande responsabilidade de modelar e regular todo o negócio, especialmente no que tange às aplicações ainda não criadas.

2.3.4. O novo sistema – na China

O site da Câmara de comércio e indústria Brasil China, divulgou a posição do Brasil com relação ao encontro realizado entre os membros de ambos os países para a discussão de um novo padrão que os atendessem.

Em meio às negociações de um padrão de televisão digital para o Brasil, o ministro Juca Ferreira recebeu uma proposta da China “para desenvolver, em parceria com a Índia e a Rússia, um padrão de TV digital próprio como alternativa aos atuais modelos americanos, europeu e japonês” (www.ccibe.com.br/pg_dinamica/bin/pg_dinamica.php?id_pag=2016).

É interessante para o Brasil receber um convite como esse, para formar um grupo com países de peso, onde existe um mercado a ser explorado, mão de obra e tecnologia promissora. Isso trás para o país a confirmação de que estamos sendo visados como potenciais consumidores e temos importância no cenário mundial.

Segundo Ferreira, para o Brasil, mesmo que a idéia não seja levada a adiante “pelo menos a proposta chinesa permitira que tenhamos mais vantagens na negociações seja com o padrão japonês ou com o europeu”.

(www.ccibe.com.br/pg_dinamica/bin/pg_dinamica.php?id_pag=2016)

2.4. Digitalizando o Brasil

Em pesquisa realizada pelo IBGE os resultados provaram mais uma vez que a televisão está presente na casa dos brasileiros como eletrodoméstico de necessidade primária. Isso enfatiza o papel de formador de opinião que a televisão exerce, principalmente nas camadas mais pobres da população.

A PNAD99 do IBGE permite concluir que o televisor é o terceiro eletrodoméstico adquirido pela população brasileira, ficando atrás apenas do fogão e do rádio. A mesma pesquisa constatou que a presença da televisão nos domicílios brasileiros cresceu de 81%, em 1995, para 88%, em 1999, estando mais concentrada nas áreas urbanas, em que atingiu 93% das residências. BNDES (2000, p. 18)

a) Televisão aberta

O papel da TV aberta segundo a pesquisa exposta no documento do BNDES (2000, p. 18):

A pesquisa do CPqD, que abrangeu amostras das classes sociais de A a D, revelou que a televisão faz parte da vida cotidiana das pessoas, constituindo-se não apenas em uma forma de entretenimento, mas em um importante elemento formador de cultura, moral e educação. O papel da TV aberta nesse cenário é fundamental com uma penetração da ordem de 90%.

BNDES (2000, p. 20):

A indústria de televisores brasileira está integralmente localizada em Manaus, sendo constituída por cerca de uma dezena de empresas, das quais a esmagadora maioria tem vínculos de capital e tecnologia com grandes corporações transnacionais. Verifica-se nas vendas industriais de televisores no Brasil, que após um período crescente, cujo ápice foi atingido em 1996, o segmento de televisores passou por uma forte redução da demanda, refletida em queda dramática de preços e fechamento de algumas unidades industriais. Com a recuperação do setor, iniciada no segundo semestre de 1999, em 2000 foi superada a marca dos 5 milhões de aparelhos vendidos.

b) Expectativas para a nova plataforma digital e investimentos

Com relação à aceitação pelos telespectadores:

De acordo com o CPqD, a aceitação da TV digital pelos telespectadores deverá ser plena, na medida em que imaginam que a TV do futuro oferecerá serviços interativos, possibilitando ao consumidor

escolher a sua programação e o horário mais conveniente para assisti-la. Entretanto, o principal serviço esperado, pelos especialistas, que diferencia a TV digital da analógica, é a transmissão com alta definição de imagem e som de qualidade comparável à do CD (*compact disc*). BNDES (2000, p. 21)

Com relação aos fabricantes de televisores no Brasil:

o
m

r
e
l
a
ç
ã
o

a
o
s

f
a
b
r
i
c
a
n
t
e
s

d
e

t
e
l
e
v
i
s
o
r
e
s

b
r
a
s

i
l
e
i
r
o
s
,
e
l
e
s
v
ê
e
m
a
c
h
e
g
a
d
a
d
a
T
V
d
i
g
i
t
a
l
c
o
m
o
u
m
a
o
p
o
r

t
u
n
i
d
a
d
e

d
e

r
e
v
i
g
o
r
a
r

o

m
e
r
c
a
d
o

i
n
t
e
r
n
o

e

d
e

i
n
c
r
e
m
e
n
t
a
r

a
c
o
m
p
e
t
i
t
i
v
i
d
a
d
e
d
o
P
a
í
s
a
n
í
v
e
l
g
l
o
b
a
l
.
A
s
e
m
p
r
e
s
a
s
i

n
t
e
r
n
a
c
i
o
n
a
i
s
,
i
n
c
l
u
s
i
v
e
,
r
e
v
e
l
a
r
a
m
a
p
o
s
s
i
b
i
l
i
d
a
d
e
d
e
e

x
p
o
r
t
a
ç
ã
o

d
e

p
r
o
d
u
t
o
s

p
a
r
a

o
s

m
e
r
c
a
d
o
s

d
a

A
m
é
r
i
c
a

L
a
t
i
n

a
.
m
b
o
r
a
a
t
r
a
n
s
m
i
s
s
ã
o
d
i
g
i
t
a
l
m
e
l
h
o
r
e
s
e
n
s
i
v
e
l
m
e
n
t
e
a
r

e
c
e
p
ç
ã
o

d
o
s

s
i
n
a
i
s

d
e

i
m
a
g
e
m

e

d
e

á
u
d
i
o

d
e

t
o
d
o
s

o
s

c
a
n
a

i
s
,
q
u
e
p
a
s
s
a
m
a
t
e
r
e
x
c
e
l
e
n
t
e
q
u
a
l
i
d
a
d
e
d
e
r
e
c
e
p
ç
ã
o
s
i
m

u
l
t
a
n
e
a
m
e
n
t
e
,
o
s
f
a
b
r
i
c
a
n
t
e
s
a
c
r
e
d
i
t
a
m
q
u
e
o
s
p
r
i
n
c
i
p
a
i
s

a
t
r
a
t
i
v
o
s

d
a

T
V

d
i
g
i
t
a
l

p
a
r
a

o

c
o
n
s
u
m
i
d
o
r

s
ã
o

a

H
D
T
V

e

Com relação às emissoras de televisão:

As emissoras entrevistadas pelo CPqD acreditam que a transmissão digital poderia ser iniciada dois anos após a emissão das licenças pela ANATEL. Já a transição do sistema de transmissão analógico para o digital, deve ocorrer gradativamente ao longo de um período durante o qual todas as emissoras estariam se digitalizando, ao mesmo tempo em que os consumidores estariam substituindo seus receptores por aparelhos digitais. Segundo elas, esse período poderia ser de dez anos, ajustável de acordo com o número de receptores digitais efetivamente instalado, à semelhança do procedimento que o FCC vem adotando nos E.U.A.

s
,
c
e
r
c
a
d
e
4
0
%
d
o
s
e
s
t
ú
d
i
o
s
d
e
g
e
r
a
ç
ã
o
j
á
e
s
t
ã
o
d
i
g
i
t
a
l

i
z
a
d
o
s
,
f
a
z
e
n
d
o
-
s
e
a
c
o
n
v
e
r
s
ã
o
d
o
s
i
n
a
l
d
i
g
i
t
a
l
p
a
r
a
o
a

u
e

e
n
t
r
e

4
0

e

6
0
%

d
o
s

p
r
o
g
r
a
m
a
s

p
r
o
d
u
z
i
d
o
s

p
o
r

e
s
s
a
s

e
m
i

s
s
o
r
a
s

s
ã
o

d
i
g
i
t
a
i
s
,

e
m
b
o
r
a

n
o

f
o
r
m
a
t
o

S
D
T
V
.

É

i
m
p
o
r
t
a
n
t

e
o
b
s
e
r
v
a
r
q
u
e
n
ã
o
e
x
i
s
t
e
n
o
P
a
í
s
p
r
o
d
u
ç
ã
o
d
e
p
r
o
g
r
a
m
a
ç
ã

o
e
m
a
l
t
a
d
e
f
i
n
i
ç
ã
o
.
P
a
r
a
i
s
s
o
a
c
o
n
t
e
c
e
r
d
e
v
e
s
e
r
f
e
i
t
o

i
n
v
e
s
t
i
m
e
n
t
o
s

e
x
p
r
e
s
s
i
v
o
s

n
ã
o

a
p
e
n
a
s

e
m

e
q
u
i
p
a
m
e
n
t
o
s
,

q
u

e
n
e
c
e
s
s
i
t
a
m
s
e
r
p
r
a
t
i
c
a
m
e
n
t
e
t
o
d
o
s
e
s
p
e
c
í
f
i
c
o
s
p
a
r
a
t
a
l

f
i
n
a
l
i
d
a
d
e
,
c
o
m
o
t
a
m
b
é
m
e
m
c
e
n
á
r
i
o
s
,
m
a
q
u
i
a
g
e
m
e
t
c
.
u
a
n

t
o

à
s

p
e
q
u
e
n
a
s

g
e
r
a
d
o
r
a
s
,
é
f
a
t
o

q
u
e

m
u
i
t
a
s

j
á

v
ê
m

l
i
d
a
n

d
o

c
o
m

d
e
f
i
c
i
ê
n
c
i
a
s

d
e

e
q
u
i
p
a
m
e
n
t
o
s

p
a
r
a

p
r
o
d
u
ç
ã
o

d
e

p
r
o

g
r
a
m
a
ç
ã
o
,
e
m
r
a
z
ã
o
,
p
r
i
n
c
i
p
a
l
m
e
n
t
e
,
d
e
e
s
c
a
s
s
e
z
d
e
r
e
c
u
r

s
o
s

v
i
n
d
o
s

d
a

p
u
b
l
i
c
i
d
a
d
e

o
u

p
a
t
r
o
c
í
n
i
o
s
.

A

T
V

d
i
g
i
t
a
l
,

p
e
l
o

m
e
n
o
s

a

p
r
i
n
c
í
p
i
o
,

t
e
n
d
e
r
á

a

a
g
r
a
v
a
r

t
a
l

s
i
t
u
a
ç
ã
o
,

p
o
i
s

t
r
a
z

u
m
a

m
a
i
o
r

n
e
c
e
s
s
i
d
a
d
e

d
e

i
n
v
e
s
t
i
m
e
n
t
o
s
,

s
e
m
a

c
o
n
t
r
a
p
a
r
t
i
d
a

s
i
m
u
l
t
â
n
e
a

d
e

u
m
a

a
m
p
l
a

d
i
s
s
e
m
i
n
a
ç
ã
o

d
e

a
p

a
r
e
l
h
o
s

p
a
r
a

a
u
m
e
n
t
o

d
a

r
e
c
e
i
t
a

p
u
b
l
i
c
i
t
á
r
i
a

o
u

p
r
o
v
e
n
i
e

n
t
e

d
e

s
e
r
v
i
ç
o
s

a
s
s
o
c
i
a
d
o
s
.

N
o

c
a
s
o

d
a
s

e
m
i
s
s
o
r
a
s

e
d
u
c
a
t

i
v
a
s

e
s
t
e

p
r
o
b
l
e
m
a

é

a
i
n
d
a

m
a
i
s

g
r
a
v
e
,

n
a

m
e
d
i
d
a

e
m

q
u
e
,

p
r
o
i
b
i
d
a
s

d
e

v
e
i
c
u
l
a
r

c
o
m
e
r
c
i
a
i
s

e
d
e

r
e
c
e
b
e
r

a
p
o
i
o
s

c
u

I
t
u
r
a
i
s
,
s
e
u
a
c
e
s
s
o
a
n
o
v
o
s
r
e
c
u
r
s
o
s
é
m
a
i
s
I
i
m
i
t
a
d
o
.
B

2.4.1. SBTVD (Sistema Brasileiro de Televisão Digital) com relação à acessibilidade

Segundo pesquisa realizada pelo CPqD:

Segundo o CPqD, os consumidores acreditam que, de início, os preços dos receptores de televisão serão elevados, caindo com a sua disseminação. A utilização de conversores – *set top boxes* – de sinais digitais para uso com os aparelhos de TV atuais foi admitida como alternativa necessariamente mais barata. De maneira geral, configura-se uma situação em que os conversores permitiriam a utilização de receptores analógicos ainda novos, os quais seriam mais tarde substituídos por receptores digitais. BNDES (2000, p. 19)

BNDES (2000, p. 23):

As emissoras entrevistadas pelo CPqD acreditam que os preços dos televisores digitais precisam atingir rapidamente preços convidativos para os consumidores a fim de que os canais digitais alcancem um número razoável de espectadores. Só com índices de audiência elevados as emissoras poderão, através da venda de publicidade, viabilizar o retorno financeiro dos novos investimentos. Cabe ressaltar que a transmissão digital permite a veiculação seletiva de publicidade – por região geográfica, por camada social, por perfil de interesse etc. – o que poderá ampliar o número de anunciantes.

2.4.2. SBTVD com relação à mobilidade/ portabilidade

CPqD (2005, p. 24):

A mobilidade/portabilidade na radiodifusão de televisão deve ser decomposta em duas abordagens distintas: programação e frequência consignada. Quanto ao primeiro caso, se a programação recebida por terminais de acesso móveis e/ou portáteis for igual àquela distribuída para os terminais fixos (receptores de TV convencionais), não há qualquer conflito com os instrumentos de regulação do setor.

2.4.3. SBTVD com relação aos multi-serviços e a interatividade

O surgimento, com a tecnologia digital, de atividades com alto valor agregado, assim como um comércio interativo, pode indicar novas oportunidades de negócios. Um caso, já existente no Brasil a se destacar é a TV Shopping. Além desses provedores de comércio eletrônicos pela TV, ainda temos a TV interativa e teremos futuramente portais virtuais.

a) Comércio eletrônico pela TV

“Nessa aplicação, os provedores de serviços oferecem bens ou serviços aos usuários, os quais podem obter informações com maiores detalhes e até mesmo concluir a operação de aquisição pela própria TV” CPqD (2006, p. 74).

Para melhor entendimento do processo e ponto de partida para a aceitação dos espectadores da televisão aberta, será usado como modelo o canal Shoptime.com, que está disponível para assinantes de TV a cabo e parabólicas.

O CPqD (2006, p. 75) afirma que “A principal fonte de receitas desse comércio provém da venda de produtos anunciados ao consumidor final. Outro agente de peso é a prestadora de serviços de telecomunicações”, visto que para esse tipo de negócio envolve muitas linhas telefônicas e acesso à internet. Além desses serviços ainda existem os fornecedores e distribuidores.

Segundo o CPqD (2006, p. 78):

Esse novo modelo de negócio representa a convergência de ambientes, proporcionada pela introdução da plataforma de TV digital

terrestre, o que pode estimular mais ainda mais a realização dessas transações, imprimindo um crescimento ao negócio de comércio eletrônico pela TV.

b) Interatividade

O CPqD (2006, p. 78) se posiciona com relação a interatividade como:

Outra oportunidade a ser explorada no futuro pela TV digital é a TV interativa, na qual os conteúdos da programação são modificados pela atuação direta dos usuários, motivando-os a uma participação efetiva para o desenvolvimento do programa.

Através do feedback dado pelo usuário, as emissoras passam a ter uma formação dos perfis que assistem a determinados programas, seus horário, hábitos de consumo, etc. Isso se torna uma arma importante durante a negociação, por exemplo, com anunciantes e produtores.

Passa a ser gerada uma receita que pode ser percebida pela afirmação feita do CPqD (2006, p. 81):

Desse modo, por meio dos serviços interativos, as emissoras poderão abocanhar mais uma receita que atualmente é destinada a outros tipos de ações mercadológicas, beneficiando os demais agentes presentes no modelo de negócio.

Dessa forma haverá maior retorno dos investimentos feitos inicialmente pela emissora, a qual se tornará mais atrativa, gerando maior interesse por parte de anunciantes, criando assim um ciclo, que tem como um dos fins, o desenvolvimento da tecnologia.

“Atualmente, esses serviços originam-se de iniciativas que visam principalmente estimular o uso de serviços de telecomunicações pelos usuários” CPqD (2006, p. 78). Como podemos comprovar no programa *Sessão Premiada do SBT*, que tendo como utilizado o telefone, nos mostra o envolvimento das prestadoras.

“Com a evolução dos serviços propiciados pela digitalização da TV terrestre, prevê-se que as emissoras/programadoras busquem outras fontes nas receitas, em alternativa à participação nas receitas de tráfego” CPqD (2006, p. 79).

“Além disso, as prestadoras não serão as únicas que poderão atuar no provimento de canal de retorno [...] elas também poderão ser preteridas no caso em que surjam substitutos” CPqD (2006, p. 79).

c) Provedores de portais

Nesse aspecto o Brasil como na Itália pretende investir na participação efetiva do governo no fornecimento de conteúdos e serviços diversificados, voltados para ações de utilidade pública.

Segundo o CPqD (2006, p. 81):

No mercado brasileiro, estima-se que investimentos em TV-gov (sigla utilizada na Itália para representar a ação governamental) podem ser obtidos a partir dos orçamentos destinados às ações de governo para essas áreas. Por exemplo, no governo do Estado de São Paulo, por meio de seu Plano Plurianual (PPA) de 2004-2007, prevê-se a aplicação de R\$ 2,1 bilhões para investimentos em programas e ações de governo eletrônico, os quais foram organizados em quatro grupos: infra-estrutura, transações internas, transações com a sociedade e inclusão digital.

Ainda o CPqD (2006, p. 81) afirma que:

A maior parte desses recursos irá para a área de infra-estrutura (R\$ 1,4 bilhões), enquanto serão destinados R\$ 175 milhões às ações de transações internas (que reúnem os programas e desenvolvimento e integração de processos e sistemas de informações), R\$ 492 milhões às transações com a sociedade (que abrangem os serviços aos cidadãos) e R\$ 54 milhões para programas de inclusão digital.

Serviços como checagem de e-mails, acessos a sites e chats podem através de uma infra-estrutura adequada ser disponibilizados futuramente.

2.4.4. Últimas notícias com relação à implantação do STDB

O Ministro das Relações Exteriores, Embaixador Celso Amorim, e o Ministro dos Negócios Estrangeiros do Japão, Taro Aso, assinaram o Memorando entre os Governos da República Federativa do Brasil e do Japão. Esse memorando visa a cooperação entre os dois países com relação à implementação da TV digital no Brasil e também ao desenvolvimento da indústria eletroeletrônica brasileira.

O Brasil vem estudando favoravelmente a implementação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital com base no padrão ISDB-T. Caso esta opção venha a ser adotada, este Memorando terá como objetivo essa implementação e a construção das bases para a viabilização e o desenvolvimento conjunto da respectiva plataforma industrial eletroeletrônica brasileira, pelo Governo da República Federativa do Brasil (http://www.mre.gov.br/portugues/imprensa/nota_detalhe.asp?ID_RELEASE=3680).

No anexo C encontram-se alguns aspectos tratados no documento assinado entre os países.

3. PESQUISA DE CAMPO

Fauzen (2001, p. 15):

A pesquisa de marketing é a investigação sistemática, controlada, empírica e crítica de dados com o objetivo de descobrir e (ou) descrever fatos e (ou) de verificar a existência de relações presumidas entre fatos (ou variáveis) referentes ao marketing de bens, serviços e idéias, e ao marketing como área de conhecimento de administração.

Por se tratar do assunto da televisão digital, a princípio pouco conhecido, segundo Fauzen pode-se usar o método de pesquisa exploratória.

A pesquisa exploratória visa prover o pesquisador de maior conhecimento sobre o tema ou problema de pesquisa em perspectiva. Por isso, é apropriada para os primeiros estágios da investigação quando a familiaridade, o conhecimento e a compreensão do fenômeno por parte do pesquisador são, geralmente, pouco ou inexistentes. FAUZEN (2001, p. 18)

3.1. Etapas de uma pesquisa

I – Reconhecimento e formulação do problema de pesquisa

O reconhecimento e a formulação do problema “consiste na correta identificação do problema de pesquisa que se pretenda resolver e que possa efetivamente receber contribuições valiosas da pesquisa de marketing em sua solução” FAUZEN (2001, p. 17). Como eixo principal do estudo desenvolvido, fica estabelecido o problema da pesquisa como a falta de conhecimento/interesse da população em relação à televisão digital.

II – Planejamento da Pesquisa

Compreende a definição dos objetivos da pesquisa e de toda a sua operacionalização: determinação das fontes de dados, escolha do método de pesquisa, da forma de coleta dos dados, da construção da tese do instrumento de coleta dos dados, da definição do plano de amostragem e do tamanho da amostra, da definição dos procedimentos de campo, definição dos instrumentos necessários [...] FAUZEN (2001, p. 17).

Os recursos: humano (aplicadores do questionário); financeiro (produção) e tecnológico (com a utilização de programas específicos para leitura desse tipo de dado) serão necessários para a elaboração, aplicação e análise dos resultados.

III – Execução da Pesquisa

“A execução da pesquisa compreende as atividades: a coleta dos dados e seu processamento, análise e interpretação” FAUZEN(2001, p. 17).

Ao entrar nesse próximo passo a coleta de dados vai ser efetivada, sendo que se deve tomar muito cuidado ao realizar esta fase, pois é aqui que a pesquisa está sujeita à erros, exigindo uma supervisão muito intensa e um controle rígido para minimizá-los.

O recolhimento dos dados será feito junto a uma pessoa qualificada, a qual irá instruir o preenchimento, contudo não induzirá às respostas.

Quanto ao processamento, análise e interpretação dos dados: “compreende a transformação dos dados brutos coletados em informações de marketing relevantes para solucionar ou ajudar a na solução do problema que deu origem à pesquisa” FAUZEN (2001, p. 17).

Será utilizada como amostra, a população de várias classes sociais, escolhidas aleatoriamente, dentro do perímetro do Distrito Federal. Dessa forma, apesar de pequena a amostra com relação ao Brasil, a diversidade irá ser suficiente para criar uma aproximação à real situação brasileira.

Existem várias formas de medir a coleta de dados de uma pesquisa, com isso é possível dar ênfase ao ponto desejado. No caso do presente trabalho, além das perguntas abertas, será utilizado duas formas de escalas: a nominal e a ordinal. “Uma escala nominal é aquela em que os números servem apenas para nomear, identificar e (ou) categorizar dados sobre pessoas, objetos ou fatos” FAUZEN (2001, p. 87). “Uma escala ordinal é aquela em que os números servem para, além de nomear, identificar e (ou) categorizar, ordenar, segundo um processo de comparação, as pessoas, objetos ou fatos, em relação à determinada característica” FAUZEN (2001, p. 88).

Com relação ao questionário escolhido para coleta de dados, as perguntas serão colocadas de forma indireta, com isso o entrevistado irá responder buscando sua satisfação e com seriedade, ficando mais difícil a coleta de dados falsos. O número de questões não será extenso, sendo assim não existirá desmotivação por parte do pesquisado ao responder o questionário.

A população em pesquisa serão pessoas de ambos os sexos, de idades a partir de 10 anos, usuários da televisão por no mínimo 3 horas por dia. Os lugares de aplicação serão planejados buscando a diversidade populacional. Contudo a amostragem será aleatória, ou seja, todos que estiverem presentes no momento da aplicação do questionário terão a mesma chance de participarem.

IV – Comunicação dos Resultados:

“Compreende a apresentação escrita e oral das principais descobertas da pesquisa relacionadas ao problema que lhe deu origem, bem como de sugestões e recomendações de ações pertinentes a sua solução” FAUZEN (2001 p. 17).

3.2. Sky como um modelo base para a criação do questionário

Durante a realização do pré-teste do questionário, foram verificadas duas dificuldades, uma na formulação das perguntas e outra durante a aplicação. A primeira foi quanto à linguagem. Era necessário um maior entendimento por parte dos entrevistados com relação aos termos utilizados.

Já durante a entrevista foi percebida a necessidade de exemplificações para que houvesse maior entendimento por parte dos entrevistados. Visando a solução desses problemas apresentados durante o pré-teste foi usada, como modelo de identificação e vocabulário, a SKY – Tv por assinatura.

“Fundada em 1996, a empresa é formada por uma aliança estratégica entre os acionistas: News Corporation e Organizações Globo” (www.sky.tv.br, acessado em 10 de maio de 2006).

Ela tem como principal diferencial das demais TVs por assinatura as características de uma TV digital. Por esse motivo ela será utilizada como

modelo base para a realização do questionário e para criar uma identificação dos entrevistados com o assunto abordado. Deste modo, foi desenvolvido um novo questionário com uma linguagem assimilável pelo o público.

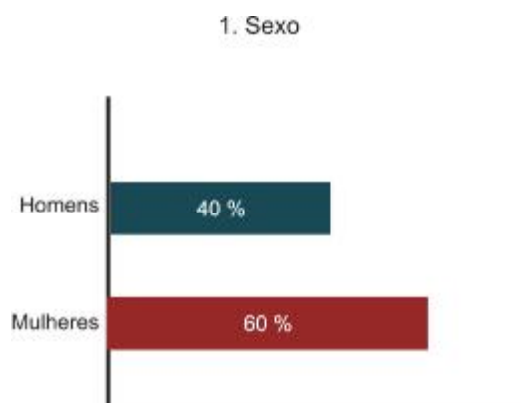
3.3. Limitações da pesquisa

Desde o processo de criação do questionário que foi aplicado já existiam limitações, tais como as relatadas no item anterior. Mas, sem dúvida, a maior delas foi durante a própria aplicação. Pois o que parecia ser a fase mais simples da pesquisa, na qual existem perguntas que devem ser respondidas, acabou se tornando a mais demorada. O motivo pelo qual isso aconteceu foi a ignorância do público com relação ao conhecimento do espaço digital. Portanto, todos os entrevistados tiveram que ter acompanhamento de alguém para esclarecer as dúvidas conforme iam surgindo.

3.4. Resultado da pesquisa, análise e discussão dos dados

Os resultados da pesquisa estão sendo apresentados através dos gráficos abaixo. É importante ressaltar que houve a busca pela diversidade nessa pesquisa, apesar da mesma ter sido aplicada de maneira aleatória. O motivo dessa amplitude no perfil do entrevistado fica claro ao se entender que o objetivo da pesquisa é perceber o nível de conhecimento da população em geral, e não em apenas uma faixa etária ou de determinada renda.

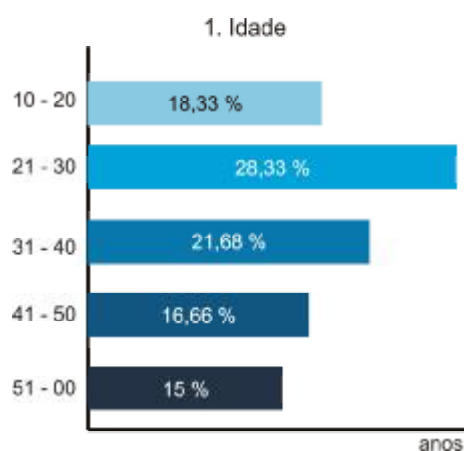
Figura 2 – Diferenciação dos sexos



Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Com relação ao sexo, houve a predominância de mulheres. Esses 20% a mais do sexo feminino era esperado, já que na população brasileira o sexo feminino é de número superior com relação ao masculino.

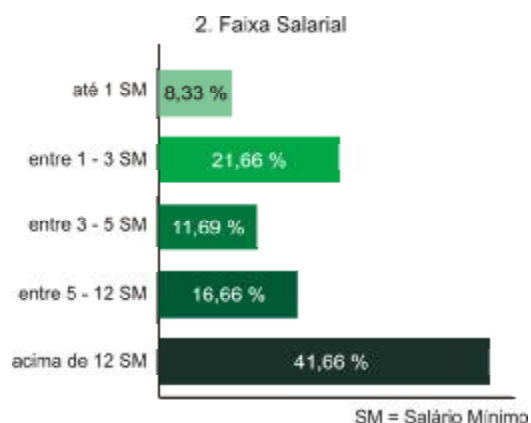
Figura 3 – Faixa etária



Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

A faixa etária foi eficientemente alcançada, como pode ser percebida na análise do gráfico acima. Já que o objetivo era buscar informações das mais variadas idades. A maioria (28,33%), dentro da faixa de 21 até 30 anos, ultrapassa um pouco mais de 10% do mínimo atingido (15%) com as pessoas acima de 50 anos, isso prova a amplitude conseguida na população analisada.

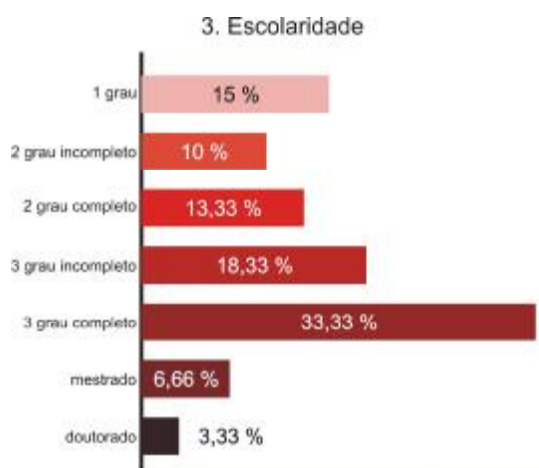
Figura 4 - Faixa salarial



Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Um dos aspectos que chamou atenção no gráfico acima foi que apesar da diversidade comprovada nos outros gráficos, como o de idade, o gráfico da faixa salarial, por sua vez, tendeu a se concentrar nas pessoas que recebem acima de 12 salários mínimos por mês (41,66%). Entretanto isso não prejudicará no resultado, visto que foi alcançada, apesar de pequena, uma taxa na faixa salarial de até um salário mínimo (8,33%).

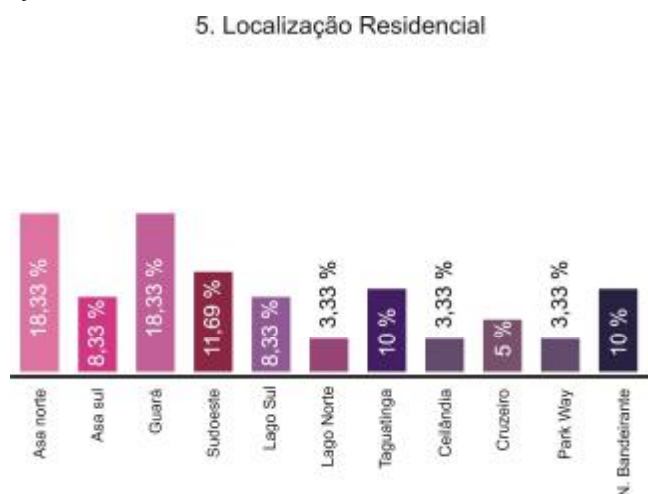
Figura 5 - Escolaridade



Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Na escolaridade dos entrevistados há a predominância das pessoas que concluíram o terceiro grau. Também é visível e de peso os 15% da população que concluiu apenas o primeiro grau. Eles fazem parte de uma porcentagem da população que utiliza a televisão como formadora de opinião.

Figura 6 - Localização residencial



Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

As residências se acumularam na área do Plano Piloto provavelmente devido aos locais aonde foram aplicados os questionários. Deve ser ressaltado que todas as residências possuem no mínimo uma televisão e os entrevistados fazem uso desta por volta de três horas diárias.

Figura 7 - Conhecimentos básicos sobre a TV digital



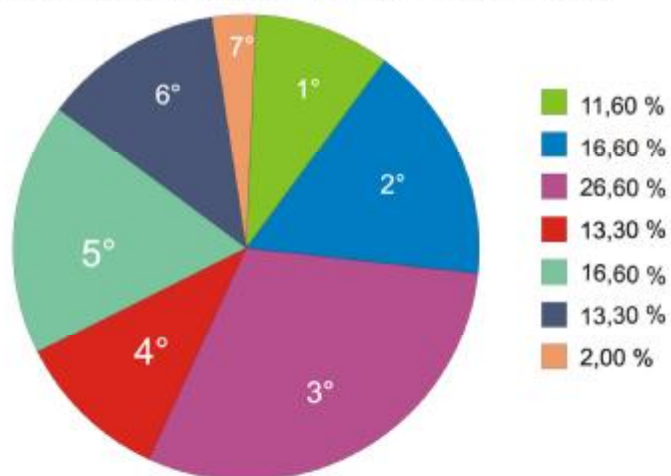
Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Com 48,33% a resposta “não” se resume nas pessoas que não fazem idéia do que signifique a televisão digital, atingindo uma fração gritante dos entrevistados. Contudo o que não pode deixar de ser relatado é que dos 38,33% que afirmam saber o que é a TV digital apesar de não ter certeza, apenas 10% conseguiram colocar no mínimo uma característica certa do que signifique esse novo sistema de transmissão. Sendo que 28,33% dos que dizem saber alguma coisa sobre a TV digital erram ao tentar descrevê-la. Os erros mais comuns são: “se trata de uma TV por assinatura, como a SKY?”, ou ainda, “é um tipo de aparelho novo como esses de plasma que estão vendendo”.

Os gráficos no formato de pizza que se seguem, dizem respeito à questão sete do questionário aplicado, com a qual pode ser classificada a ordem de utilização dos benefícios oferecidos pela TV digital. O objetivo dessa questão foi perceber que, apesar de não saber do que se trata, a população tem interesse e necessidade na utilização dos serviços.

Figura 8 - Utilização dos benefícios de gravação de programas

7. Utilização dos benefícios oferecidos pela TV Digital

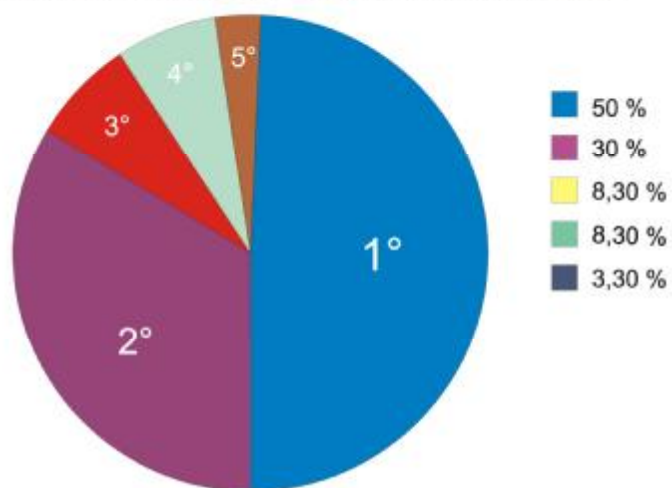


Gravação de Programas

Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Figura 9 - Utilização dos benefícios de auto-programação

7. Utilização dos benefícios oferecidos pela TV Digital

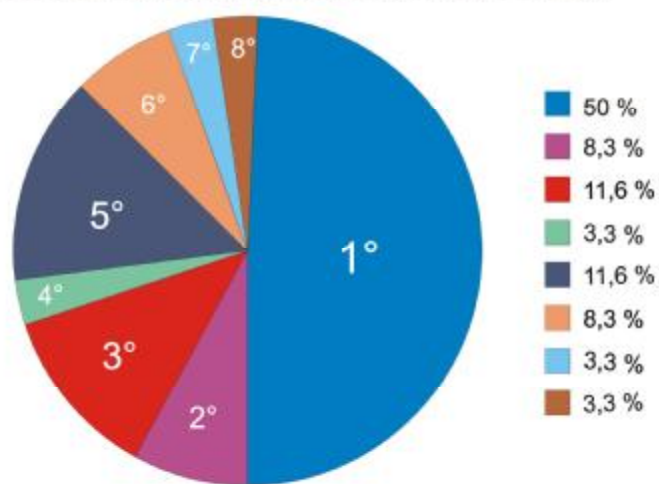


Fazer sua auto-programação

Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Figura 10 - Utilização dos benefícios comprar filmes e shows

7. Utilização dos benefícios oferecidos pela TV Digital

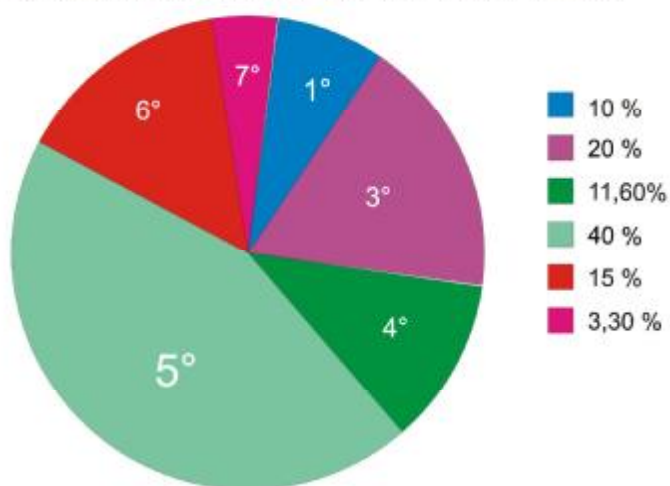


Comprar filmes e shows

Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Figura 11 - Utilização dos benefícios de comprar produtos e serviços

7. Utilização dos benefícios oferecidos pela TV Digital

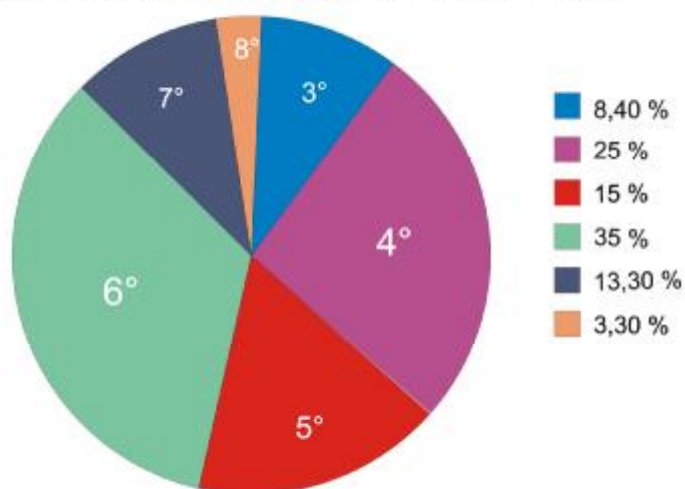


Comprar produtos e serviços

Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Figura 12 - Utilização dos benefícios de escolher idioma, legenda e censura

7. Utilização dos benefícios oferecidos pela TV Digital

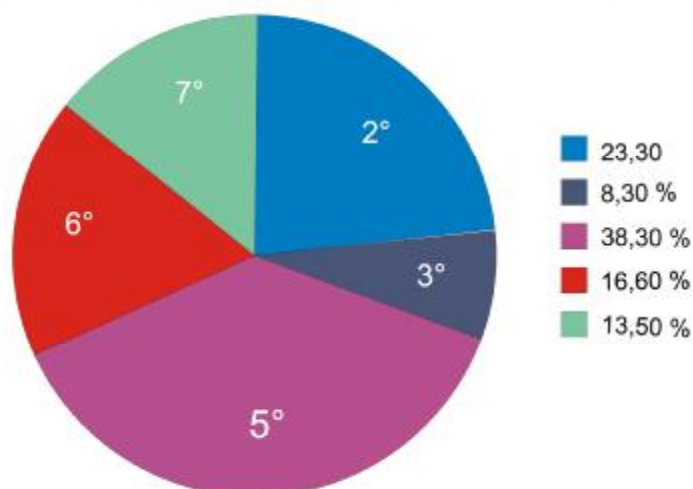


Escolher o idioma, legenda e censura

Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Figura 13 - Utilização dos benefícios de e-mails e internet

7. Utilização dos benefícios oferecidos pela TV Digital

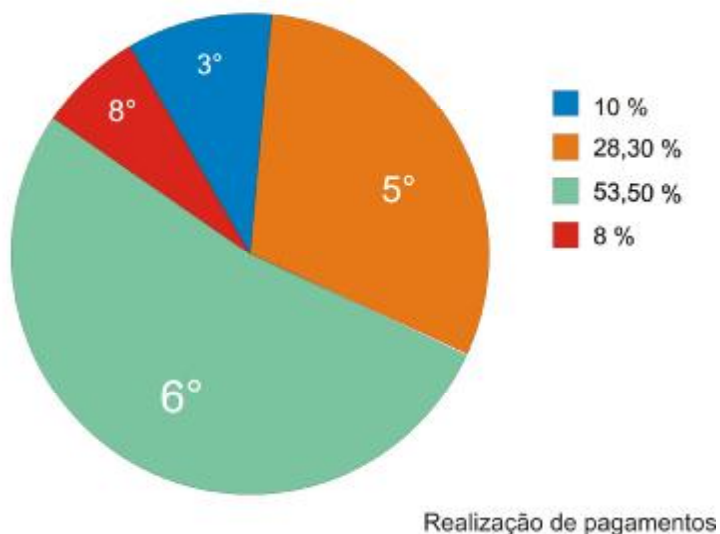


E-mails e internet

Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Figura 14 - Utilização dos benefícios de realização de pagamentos

7. Utilização dos benefícios oferecidos pela TV Digital

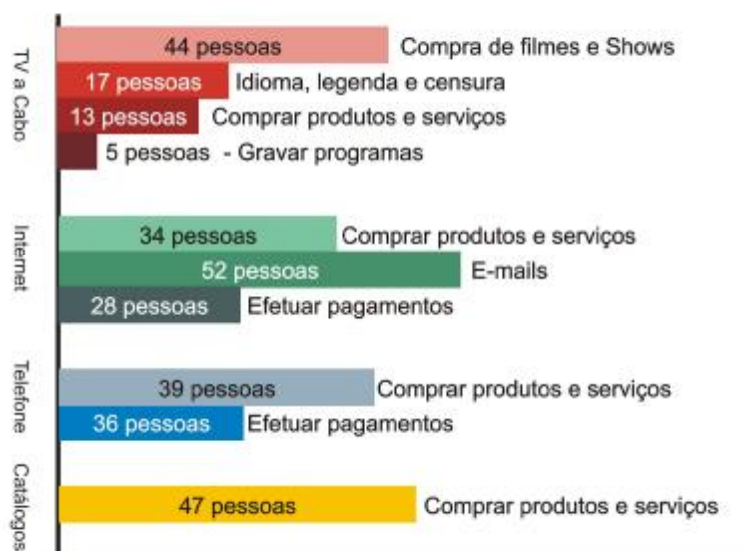


Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

3.4.8. Outros meios utilizados para os benefícios

Figura 15 - Utilização de outros meios para conseguir os benefícios anteriores

8. Utilização de outros meios para os benefícios oferecidos pela TV digital



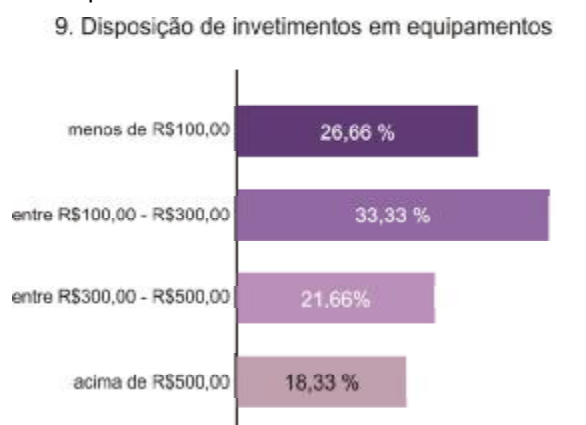
Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Como foi citado no tópico anterior, a população já sente a necessidade de executar algumas ações que a TV digital oferece. Isso se

comprova com o gráfico acima, no qual podem ser observadas a utilização de catálogos, telefone, internet e a TV a cabo para a realização de serviços que, futuramente, se resumirão no aparelho que captar o sinal digital.

3.4.9. Disponibilidade de investimentos

Figura 16 - Disponibilidade para investimentos



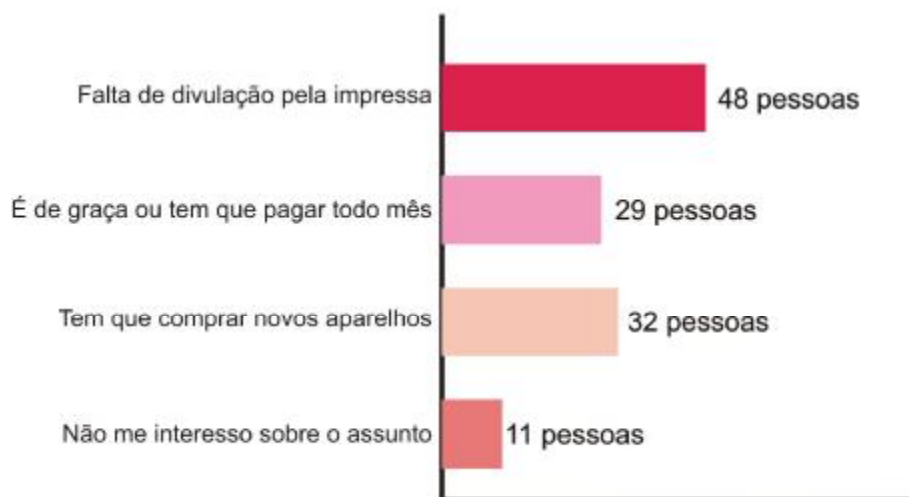
Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Nessa questão proposta aos entrevistados foi notado que, por não saberem do que se trata a televisão digital, a escolha pela opção de investimento foi comprometida. Contudo algumas dúvidas durante a aplicação do questionário foram esclarecidas com relação ao tipo de investimento que deve ser feito, e isso proporcionou uma maior veracidade nos resultados apresentados. Apesar de que ainda estão relativamente baixos em comparação com os custos previstos pelos especialistas no sistema.

3.4.10. Críticas, sugestões e dúvidas sobre o tema abordado

Figura 17 - Críticas, sugestões e dúvidas sobre o tema abordado

10. Dúvidas e críticas mais frequentes



Fonte: Mariana de Alcântara Nazário, 2006.

Essa questão foi de vital importância para conseguir estabelecer o que as pessoas entrevistadas tinham em mente com relação à TV digital.

Deve ser dito que essa questão dez trata-se de uma questão aberta, ou seja, eles poderiam ter escrito qualquer coisa, não apenas dúvidas, mas também, críticas ou sugestões. Apesar disso, surpreendentemente todos os entrevistados se concentraram nessas quatro dúvidas, que estão apresentadas acima no gráfico acima.

4. CONCLUSÃO

4.1. Conclusões em relação às hipóteses testadas

Este trabalho visou abordar de uma forma sintética a história da televisão. Foi colocado em evidência os importantes acontecimentos que nos trazem até a posição atual, na qual nos encontramos em relação ao novo modelo de transmissão digital. E esse novo modelo, nova plataforma de transmissão, é o ponto principal do trabalho. Por meio dessa reunião de dados foi possível identificar uma série de novos conceitos e investimentos que precisarão ser adotados para que, de uma forma justa e proveitosa, possamos receber a televisão digital em nosso país.

O trabalho fez uma análise, através de uma pesquisa de campo, do conhecimento da população diante dos novos conceitos televisivos. Junto a essa análise foi possível medir o interesse das pessoas com relação aos benefícios de interatividade oferecidos. Assim como consegui perceber o quanto estão dispostos e têm condições para investir em equipamentos necessários para a recepção do sinal de transmissão em questão.

Como foi dito na justificativa do tema, no início deste trabalho, a televisão digital tornou-se um assunto de interesse público. Isso se dá pelo fato do nosso governo está negociando o padrão a ser adotado pelo país. Outro motivo evidente é a necessidade da televisão na vida do brasileiro, atualmente, tornando o conhecimento do tema essencial para a população. Há, também, um grande interesse comercial e publicitário, enfim, uma enorme expectativa para todas as áreas quanto às perspectivas que essa nova forma de transmissão pode vir a oferecer.

Com a televisão digital, novas oportunidades surgem para o desenvolvimento, não só para os fabricantes de aparelhos, mas também para os meios de comunicação, que poderão atuar para a melhoria/aumento de suas vendas, por exemplo. Contudo, para isso acontecer, a população deve ter um conhecimento mínimo necessário, e isso não foi comprovado com a pesquisa efetuada.

A pesquisa teve como característica a diversidade da amostra. O estudo realizado permitiu concluir que a maioria dos entrevistados não tem conhecimento mínimo sobre o assunto. A explicação pode ser a velocidade com que o mundo da comunicação gira hoje. A cada dia novas mídias são criadas, bombardeando a todos com imagens e sons. Com isso as pessoas não param para procurar sobre assuntos além dos exibidos, passando a receber só o que lhe é oferecido, não questionando nada a mais. Entretanto, ao ser apresentado os benefícios oferecidos pela nova tecnologia, foi mostrado interesse por parte da população. Mesmo assim demonstraram ainda não se sentirem seguros para aceitar o que de novo tem a ser oferecido e muito menos investir o suficiente para possuir o serviço em sua casa.

Tendo como propósito da pesquisa e das hipóteses medirem o conhecimento/interesse da população com relação à televisão digital, pode-se afirmar que não existe tal conhecimento e devido a isso o interesse em investimento não pode vir a existir também.

5. BIBLIOGRAFIA

BARROS, Aidil Jesus da Silveira e LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. *Fundamentos de metodologia científica: um guia para a iniciação científica*. São Paulo: Ed. Makron Books, 2000.

FURTADO, Rubens. Televisão: 40 anos. In: BRANCO, Renato e MARTENSEN, Rodolfo e REIS, Fernando. (org). *História da Propaganda no Brasil*. São Paulo: Editora T.A. Queiroz, 1990. p. 237-239.

HAMBURGER, Esther. *Diluído fronteira: a televisão e as novelas no cotidiano*. In: Novais, F. (org). *História da Vida Privada no Brasil: Contrastes da intimidade contemporânea*. Companhia de Letras, São Paulo: 1998. p. 137-148.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Ed. Atlas, 2001.

LEITE, Manuel L. *Televisão – Ano 40*. In: BRANCO, Renato e MARTENSEN, Rodolfo e REIS, Fernando. (org) *História da Propaganda no Brasil*. São Paulo: Editora T.A. Queiroz, 1990. p. 240-255.

MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira: Uma visão política, social e econômica*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes Ltda., 2002.

RAMOS, José Mario Ortiz. *Televisão publicidade e cultura de massa*. Rio de Janeiro: Editora Vozes Ltda., 1995.

MELO, Paulo Roberto de Sousa. *TV DIGITAL: Desafio ou Oportunidade?*. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/relato/tv_digit.pdf>. Acessado em: 03 mai. 2006.

CPqD. *Política Regulatória: Panorama Brasileiro Atual*. Disponível em: <http://sbtvd.cpqd.com.br/cmp_tvdigital/divulgacao/anexos/26_42_cadeia_de_valo.pdf>. Acessado em: 05 mai. 2006.

CPqD. *Cadeia de Valor*. Disponível em: <http://sbtvd.cpqd.com.br/cmp_tvdigital/divulgacao/anexos/60_127_politica_regula.pano_rama_atual_versao_a.pdf>. Acessado em: 05 mai. 2006.

EFE. *Brasil recebe proposta da China para criar padrão de TV digital*. Disponível em: <www.ccibe.com.br/pg_dinamica/bin/pg_dinamica.php?id_pag=2016> . Acesso em: 20 mai. 2006.

AMORIM, Celso e ASO, Taro. *Memorando entre os Governos do Brasil e do Japão sobre a implementação do sistema brasileiro de TV digital e a cooperação para o desenvolvimento da respectiva indústria eletroeletrônica brasileira*. Disponível em: <http://www.mre.gov.br/portugues/imprensa/nota_detalhe.asp?ID_RELEASE=3680>. Acessado em: 21 mai. 2006.

APÊNDICE A - A CRONOLOGIA DOS CINQUENTA ANOS DA TV NO BRASIL

Em seguida uma breve cronologia de acontecimentos marcantes que elevaram a TV ao patamar que se encontra.

1950 – No dia 20 de janeiro, foi inaugurada a sede da TV Tupi do Rio de Janeiro. Contudo apresentadas às dificuldades técnicas e até mesmo de experiência, o início das transmissões ficaram para o ano seguinte. Em setembro do mesmo ano ocorreu a primeira transmissão experimental, aonde foi exibido um filme no qual Getúlio Vargas fala sobre seu retorno na vida política. Dias depois foi inaugurada a TV Tupi difusora em São Paulo. *Imagens do Dia*, o primeiro jornal brasileiro, foi ao ar dia 19 de setembro de 1950.

1951 a 1960 – No ano de 1951 vai efetivamente ao ar a Tv Tupi do Rio de Janeiro. No dia 21 de dezembro do mesmo ano foi ao ar a primeira telenovela brasileira, “Sua vida me pertence”, escrita por Walter Foster. Com dois capítulos semanais, a novela transmitiu o primeiro beijo na boca da televisão, lembrando que ela foi produzida pela a agência americana J.W. Thompson. Economicamente é importante ressaltar que, o aparelho de televisão que começou a ser fabricado no Brasil da marca Invictus, era vendido por nove mil cruzeiros o que representava três vezes mais que a vitrola mais sofisticada da época.

No ano de 1952 alguns programas que marcaram história começaram a ser exibidos, como o “Repórter Esso”, que permaneceu no ar por mais treze anos e o “Clube dos Artistas” que, foi um dos poucos programas pioneiros a permanecer no ar por de trinta anos. Esse ano também é o de estréia do programa “Sítio do Pica-Pau Amarelo” adaptado por Tatiana Belinky e dirigido por Júlio Gouveia.

Em 1953 os méritos foram para o empresário Paulo Machado de Carvalho que após a construção do primeiro prédio específico para transmissão de sinais de televisão, coloca no ar, no canal 7, a terceira emissora de televisão, TV Record. A qual no ano seguinte transmite o primeiro seriado de aventuras “Capitão 7” estrelado por Ayres Campos e Idalina de Oliveira.

O ano seguinte representa um avanço econômico na produção de aparelhos televisivos onde nas cidades do Rio e São Paulo já somavam 12 mil, num total de 34 mil em todo o país. E também foi realizada a primeira pesquisa de IBOPE de audiência de emissoras de TV no Brasil.

Em 1955 a “Grande Ginkana Kibon”, um dos programas infantis de maior sucesso na TV, foi o carro chefe apresentado pela Record. No dia 15 de julho, a TV Rio, Canal 13, foi ao ar, segunda emissora do Rio, se destacou pelos programas humorísticos. A primeira transmissão direta de um jogo de futebol pela televisão foi feita pela TV Tupi de São Paulo (Santos X Palmeiras). No Rio a TV Tupi coloca no ar o famoso *quiz* brasileiro “O Céu é o Limite”, apresentado por J. Silvestre.

Assis Chateaubriand inaugurou nove estações da Rede Associadas. E neste ano estima-se uma audiência de cerca de um milhão de telespectadores. Nos anos seguintes as emissoras começaram a expandir sua programação para cidades do interior e transmissões interestaduais faziam parte da programação. Em 1958 foi inaugurada a TV Cultura, canal

2, de São Paulo. Avanços tecnológicos como a da televisão de vinte e uma polegadas, foi lançada pela AEG Telefunken. Em 1957 foram iniciadas, em São Paulo, as transmissões sistemáticas para o interior do estado, e nessa época já somavam dez emissoras de televisão em operação no país.

1961 a 1970 – Nessa década começam a surgir considerações importantes à propaganda. Neste primeiro ano é promulgado decreto que fixa em três minutos a duração do intervalo comercial. A TV Tupi exibe o primeiro seriado brasileiro: “Vigilante Rodoviário”, o qual teve o apoio da Norton publicidade.

Em 1962 a televisão já absorve 24% dos investimentos publicitários do país. No dia 10 de julho foi dado início a transmissão via satélite, após a Nasa lançar o Telstar. No ano seguinte vai ao ar a primeira telenovela com capítulos diários. Alguns pesquisadores afirmam ser “25-499 ocupado”, estrelando Tarcísio Meira, Glória Menezes. Contudo existem aqueles que dizem, a primeira novela, ter sido “Morte sem Espelho” com a participação de Fernanda Montenegro e Sérgio Brito. Foi regulamentada a programação ao vivo na televisão, esta por sua vez, começou a transmitir grandes shows musicais.

No ano de 1964, junto ao Golpe militar no país, havia 34 estações de televisão e mais de 1,8 milhões de aparelhos receptores. No mesmo ano começa a ser transmitida o telenovela “O Direito de Nascer”, uma adaptação do rádio. No próximo ano foi realizado o primeiro festival de música, no qual a cantora Elis Regina aparece vencedora com a música “Arrastão”. Ainda no ano de 65, foi criada a Embratel, junto a ela iniciam-se as transmissões via satélites. O ano seguinte passa a ser marcado por acontecimentos como Hebe Camargo começa seu primeiro programa, tem início a exibição da mais longa novela (Redenção). Silvio Santos começa na Globo com seu programa dominical “Música e Alegria”. Geraldo Vandré e Chico Buarque ganham o 2º Festival de MPB, promovido pela Record.

Em 1969, devido a um incêndio na TV Globo de São Paulo as produções passam a ser centralizadas no Rio de Janeiro, isso seria mais que um motivo para hoje termos o PROJAC. O país se integra ao sistema mundial de comunicações por satélite, devido a inauguração da estação de Tanguá e a Rastreadora de Itaboraí. No ano de 1970 o censo demográfico nacional registrou que 27% das residências brasileiras já estavam equipadas com televisores, e a Rede Globo, por sua vez, começa a exportar suas telenovelas.

1971 a 1980 – O ministério das comunicações determina, por meio de decreto, que o intervalo comercial tenha três minutos de duração. E também que a transmissão via satélite seja usado para telecomunicações domésticas. Neste ano de 1971 a população já contava com 31% das residências equipadas com televisores. No ano seguinte a evolução tecnológica representou grande avanço, pois ocorreu a primeira transmissão em cores no país, e também começaram a ser comercializados televisores a cores.

Em 1973 aparece pela primeira vez o merchandising, introduzido na TV através da novela “Cavalo de Aço”, da Rede Globo. Nesse mesmo ano

vai ao ar o Fantástico, programa de variedades de maior sucesso da televisão brasileira. A verba publicitária brasileira desse ano representou 1,32% do PIB, sendo superior a US\$ 100 milhões.

Em 1975 com o regime militar houveram mortes e censura de programas televisivos. Foi implantado definitivamente o conceito de rede de televisão. Devido ao sucesso da programação nacional. Também, nesse ano, foi fundada a Radiobrás e a TV Tropical.

Em 1976 o governo aprova o projeto de um Sistema Brasileiro de Telecomunicações por Satélite (SBTS), sustado em maio de 1977 devido à situação econômico-financeira do país. O Brasil ocupa o quarto lugar entre os maiores usuários do satélite Intelsat. No ano seguinte foram iniciados os estudos de meios alternativos para o atendimento das localidades que seriam servidas pelo SBTS. Como resultado, foi sugerido o aluguel de capacidade nos satélites do Intelsat. O governo regulamenta a propaganda gratuita oficial durante dez minutos por dia. No dia 7 de março, vai ao ar a versão do “Sítio do Pica-Pau Amarelo” produzida pela Globo que a transformou numa telenovela infantil.

Em 1978 foi realizada em nível nacional uma pesquisa pela Abepec, que constatou que as telenovelas ocupavam 12% do total da programação, da qual 22% eram de filmes. Na primeira semana de março, 48% de toda a programação transmitida eram importados. E o total de aparelhos de televisão era de 14.825.000, de acordo com as estimativas da Abinee.

Em 1979 foi estreado o “Jornal da Globo” que ia ao ar toda sexta-feira. Em 28 de agosto o presidente Figueiredo liberou a volta dos exilados ao Brasil. Séries brasileiras passam a serem produzidas no intuito de substituição dos “enlatados americanos”. Em 1980, no dia 14 de julho, a TV Tupi, a primeira emissora do país, é retirada do ar por uma ação grevista. Passam a existir 106 emissoras comerciais e 12 estatais.

1981 a 1990 – A rede globo começa investindo, exportando e ganhando prêmios com seus programas. Enquanto isso Silvio Santos consegue colocar no ar mais um canal SBT (Sistema Brasileiro de Televisão).

Em 1982 começa o *boom* do videocassete no país e a expansão da produção independente de vídeo. No primeiro mês do ano seguinte, a Rede Globo, gera retransmissão da TV SAT, pelo satélite Intelsat. Nesse mesmo mês estréia o “Bom-Dia Brasil”, devido ao grande sucesso do “Bom-Dia São Paulo”.

Em 1983 a Rede Manchete inicia suas transmissões de uma forma ousada e futurística. Chegado a ultrapassar a Rede Globo em picos de audiência. No ano seguinte são instalados no Rio de Janeiro os primeiros cabos de fibra ótica, facilitando a introdução do videotexto no país.

Em 15 de janeiro de 1985 a TV transmite ao vivo a eleição indireta de Tancredo Neves, presidente, e Sarney, vice. Já em março foi lançado o primeiro satélite brasileiro de comunicação com 24 canais, e o segundo, em março de 1988, o país estaria com 48 canais.

Em 1987 a televisão atinge uma audiência potencial de noventa milhões de telespectadores, equivalentes a 63% da população brasileira. E

já são 31 milhões de aparelhos de TV no país, dos quais 12,5 milhões em cores. No ano seguinte são quase três milhões de aparelhos de videocassetes utilizados no país. No dia 21 de julho de 1988, o Brasil ganhou a sua primeira legislação específica de TV a cabo. Autorizando a simples recepção de sinais através de uma antena coletiva e sua redistribuição por cabo. No dia 5 de outubro do mesmo ano, foi promulgada a nova constituição brasileira, modificando o sistema de concessões de canais de rádio e de televisão.

Em 1989 mais de 64% das 34.860.700 residências do país já estavam equipadas com aparelhos televisores. Em novembro, o Bispo Edir Macedo, líder da igreja universal do Reino de Deus, compra a rede Record e a transforma em rede nacional. No ano seguinte é criada a MTV Brasil, começando a operar com retransmissões para SP e RJ. Enquanto isso as telenovelas brasileiras eram exportadas para 127 países diferentes.

1991 a 1998 - Em 1991 entra em vigor o código de Ética da Abert – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão. No dia 10 de junho, o Diário Oficial da União publicou uma proposta para regulamentação dos serviços de cabo. Os programas sobre os conflitos no Golfo Pérsico têm recordes de audiência nas televisões de todo o mundo. A Globo foi a primeira emissora de TV no Brasil a utilizar a computação gráfica na televisão, criando vinhetas para abertura de seus programas. É implantado o sistema de televisão por assinatura. Os canais são distribuídos pela net-Multicanal, vinculada ao Grupo Abril. Em 1991, mais de cinco mil brasileiros já estavam assistindo televisão com imagens distribuídas via cabo. Em 10 de novembro, a Globosat lançou seus quatro primeiros canais de TV por assinatura na televisão brasileira: Telecine, SportTV, GNT e Mutishow.

Em 1992 entra em operação a TVA. É iniciada no Rio a implantação do Projac. Em setembro, a televisão brasileira possuía 257 transmissoras agrupadas em grandes redes de comunicação. A Rede Globo, com 83 emissoras afiliadas, faz a cobertura de 99,4% do território nacional, atingindo 4.464 municípios. O SBT, com 57 emissoras, é a segunda maior rede do país. As empresas Globo já formam um conglomerado de mais de cem empresas e cerca de 20 mil funcionários.

Em 1993, o Brasil

1999 - De acordo com dados da Abert, em fevereiro de 1999, o Brasil possuía 3.100 emissoras de rádio e TV, das quais 1.700 estavam associadas àquela instituição. No dia 9 de maio, o Grupo Bloch vendeu a rede para o Grupo Tele TV, do empresário Amílcare Dallevo Júnior, um profissional de *telemarketing* que controla, entre outras, as empresas Tele TV, que vende serviços automatizados de atendimento telefônico, e a Tecnet, tecnologia. Um mês depois tudo que atendia pelo nome Manchete foi retirado para ceder lugar ao novo nome adotado pela empresa a partir de junho: Rede TV! Os funcionários, que não recebiam desde outubro de 1998, foram pagos e a greve que atingia vários setores, no Rio e São Paulo, acabou.

A Rede Globo tem 107 emissoras afiliadas espalhadas pelo território nacional, levando seu sinal a quase 100% dos lares brasileiros. Fechando o ano com o número de 113 emissoras geradoras e filiadas e atingindo 74% da audiência no horário nobre.

No dia 15 de junho, a TV Cultura de São Paulo cabeça da principal rede de televisão educativa brasileira, comemorou trinta anos.

Em agosto, é fundada Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão (ABPI-TV). No dia 28 de agosto, ocorre o lançamento de Rede Globo Internacional, cuja cerimônia foi mostrada em todos os telejornais da rede. Transmitida via satélite, 24 horas de transmissão simultânea com 35% de programação ao vivo.

Em setembro, a Rede TV! anunciou uma parceria com o UOL (Universe Online), maior empresa de serviços de internet do país, formada pelos grupos Folha e Abril. A parceria, além de envolver a hospedagem e divulgação do site Rede TV! no UOL, permitiria também o aproveitamento de imagens da emissora pelo provedor e o uso de ferramentas do UOL na programação da Rede TV!, dando início a um processo de interação entre os dois serviços eletrônicos que servirá de base para a televisão do futuro no Brasil. Vale ressaltar que o UOL é o maior serviço online do mundo em língua latina, tem mais de um milhão de páginas de informação, entretenimento e serviços, organizados em 28 estações e mais de quatrocentos canais.

Em 1999, o sinal da emissora baiana, TV Itapoan, afiliada da Rede Record, atingia uma audiência potencial de nove milhões de telespectadores, cobrindo 238 dos 415 municípios do Estado da Bahia. A segunda maior cidade da Bahia, Feira de Santana, conta com um Link especial para toda a microrregião.

No dia 10 de outubro, morre João Jorge Saad, presidente da Rede Bandeirantes, pioneira na transmissão via satélite no Brasil, através do Band/Sat, em 1993. No dia 14 de outubro, foram leiloadas novas concessões para TV a cabo. A Bell Canadá planeja investir no Brasil US\$ 2 bilhões nos próximos dois anos, sendo que US\$ 10 milhões vão para a TV a cabo. Além de comprar novas licenças de TV a cabo, em outubro, a empresa quer atuar também na área da internet, inicialmente como atacadista na Web junto aos provedores, tornando-se ela própria dentro de tão pouco tempo uma provedora, pois o Brasil promete ser o segundo maior mercado de internet do mundo depois dos Estados Unidos.

A Rede SBT, segunda maior rede nacional, era composta por 97 emissoras espalhadas por todo o território nacional, abrangendo 90% do total da população e 94% do IPC (Índice de Potencial de Consumo).

A Netsat, operadora de TV paga com transmissão via satélite, proprietária da marca Sky, terminou o ano com 445 mil assinantes pagantes, o que representa um crescimento de 56% sobre a sua base do ano anterior. A receita líquida da empresa cresceu 18,19%, partindo de US\$ 114,9 milhões em 1998, para US\$ 135,8 milhões em 1999.

2000 - No dia 9 de janeiro, foi inaugurada em Recife a TV Guararapes, afiliada à Rede Bandeirantes. No mesmo mês, ligada à

Fundação José Paiva Netto, começam as transmissões da Rede Mundial de Televisão, inicialmente denominada LBV-TV, com transmissão via satélite, quatro canais em UHF e mais uma operadora de TV fechada e geradora, instaladas no município de São José dos campos, em São Paulo.

Em fevereiro, já existiam três milhões de assinantes de TV paga no Brasil. Em abril, a TV Senado, inaugurada em 1996, assinou um convenio com o Ministério das Comunicações, passando a ser um canal de TV aberta (UHF), com o potencial para atingir 27 milhões de telespectadores, ou seja, quinze milhões a mais do que as doze milhões de pessoas que vêem a TV a cabo ou por satélite no país. O sistema nacional de telecomunicações era composto por seis satélites de telecomunicações em operação: os nacionais Brasilsat A2, lançado em 1986, o Brasilsat B1, lançado em 1994, o Brasilsat B2, lançado em 1995, e o Brasilsat B3, lançado em 1998, além dos estrangeiros conveniados Intelsat IS-709 e Nahuel1.

Em junho, a Record implanta núcleo de teledramaturgia na Bahia, tirando assim a produção de novelas exclusivamente do eixo Rio - São Paulo. Lançado em julho, na Federação das Indústrias do rio de Janeiro, a TV Mercosul, o primeiro canal de televisão a cabo ligando os países do mercosul, resultado de um projeto conjunto da Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro e do Centro Internacional de Negócios.

Ainda em julho, foi criada a Record Internacional, um canal exibido via DTH (sistema usado pela Sky e DirecTV, no Brasil) para toda a África. Alguns programas já vistos no Brasil estão sendo exibidos lá.

A Globo lança um novo formato de programa interativo (No limite). Esse programa abre discussões em torno do limite entre o espaço público e privado.

Em 11 de setembro, o Ministério da Justiça publicou, no Diário Oficial da União, a Portaria nº 796, determinando a classificação dos programas televisivos por faixa etária e horários de sua exibição.

Em 18 de setembro, a televisão comemora cinquenta anos de sua instalação no Brasil, com 286 emissoras geradoras e 8.484 retransmissoras funcionando. De acordo com dados da Associação Brasileira de Telecomunicações por Assinatura, o número de operadoras de TV paga cresceu 141% em relação aos dados do ano anterior.

2001 - A Globo iniciou o novo milênio como sendo a maior produtora mundial de programas próprios e com elevado grau de digitalização das infra-estruturas de produção.

No dia 19 de março estreou, em São Paulo, o BandNews, o primeiro canal brasileiro a transmitir notícias 24 horas por dia, com distribuição a cabo pela TVA, DirecTV e NeoTV. O grupo Bandeirantes de Rádio e TV investiu S\$ 6 milhões em tecnologia digital. O projeto prevê em público de um milhão de assinantes.

Em maio, ao Globo Cabo dá início, em Sorocaba, São Paulo, aos testes de TV digital interativa via cabo, usando a proposta da Microsoft, que permite ao telespectador escolher serviços e conteúdos disponibilizados de modo interativo. No dia 11 de setembro, os telespectadores de todo o

mundo puderam assistir ao vivo, pela TV, o atentado terrorista contra os Estados Unidos. Nunca antes a televisão atingiu tão altos índices de audiência. As imagens do ataque ao WTC e ao Pentágono foram exibidas à exaustão. O jornal Nacional da Rede Globo, no dia, registrou um índice de 52 pontos contra 44 pontos normais. E novembro, a Globosat já estava administrando cinco canais de TV a cabo em Portugal e dezoito canais no Brasil.

No dia 8 de dezembro, o Senado aprovou Projeto de Lei que determina que os aparelhos de televisão, produzidos ou comercializados no país, contenham um dispositivo eletrônico que permita o bloqueio temporário de programas considerados inadequados. Ela foi encaminhada à sanção presidencial.

A televisão brasileira aberta chega ao final de 2001 com seis grandes redes formadas por um total de 348 geradoras operando no país, sendo a maior delas a Rede Globo com 113 geradoras; SBT com 91; Record 63; Bandeirantes 37; Rede TV! 21; e a CNT com 23 geradoras.

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO

Pesquisa A Televisão Digital

1. Sexo:

☐ masculino ☐ feminino

2. Idade:

☐ 10 - 20 ☐ 21 - 30 ☐ 31 - 40 ☐ 41 - 50 ☐ 51 - 00

3. Sua faixa salarial é de:

☐ até 1 salário mínimo ☐ entre 1-3 salários mínimos ☐ entre 3-5 salários mínimos
☐ entre 5-12 salários mínimos ☐ acima de 12 salários mínimos

4. Qual a sua escolaridade?

☐ 1º grau ☐ 2º grau incompleto ☐ 2º grau completo ☐ 3º grau incompleto
☐ 3º grau completo ☐ Mestrado ☐ Doutorado

5. Escreva a localização de sua residência? Ex: Asa sul, Cruzeiro, Guará, Taguatinga, etc.

6. Você já ouviu falar em televisão digital?

☐ Sim, já estou familiarizado com o tema. ☐ Sim, mas não estou certo(a) do que é. ☐ Não, nem sei do que se trata.

Caso sua resposta seja sim, descreva o que você sabe ou espera da TV digital:

responda o verso da página

7. Quais dos benefícios abaixo você usaria mais se estivessem disponíveis em sua televisão?
(Numerar de acordo com a preferência)

- ☐ Comprar filmes e shows.
- ☐ Fazer sua auto- programação.
- ☐ Escolher o idioma e legenda e controlar a censura dos programas.
- ☐ Realizar pagamentos.
- ☐ Fazer compras de diversos produtos através do controle remoto.
- ☐ Gravar programas e jogos que ficaram salvos numa memória rígida.
- ☐ Verificar e-mail

8. Se você costuma usufruir de algum desses benefícios (citados na questão anterior) por outro meio, como internet, via telefone ou catálogo, liste-os em seguida:

| Tipo de Serviço | Meio de Compra |
|-----------------|----------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

9. Quanto você estaria disposto a investir em equipamentos para possuir essa tecnologia em sua casa?

- ☐ menos de R\$100,00 ☐ entre R\$100,00 - 300,00 ☐ entre R\$300,00 - 500,00 ☐ acima de R\$500,00

10. Você tem alguma crítica ou sugestão e principalmente dúvidas do assunto televisão digital?

APÊNDICE C – Ministério das Relações Exteriores: Assessoria de Imprensa do Gabinete - Trecho do release apresentado sobre a assinatura do memorando

CONSIDERANDO o interesse do Governo brasileiro no desenvolvimento da transmissão de TV Digital e no desenvolvimento e na transferência de tecnologia na área de componentes semicondutores, componentes eletroeletrônicos, soluções inovadoras para a televisão digital e outros campos correlatos da indústria eletroeletrônica; bem como o interesse dos setores industriais brasileiros na parceria entre empresas brasileiras e empresas japonesas no processo de introdução da televisão digital;

CONSIDERANDO o interesse do Governo japonês, da ARIB (Association of Radio Industries and Businesses) e do setor industrial japonês no desenvolvimento da indústria eletroeletrônica brasileira a partir da difusão dos televisores digitais, mediante adoção do padrão de televisão digital com base no ISDB-T no Brasil; e considerando que os investimentos de empresas japonesas no Brasil, incluída a produção de semicondutores, televisores de plasma e de cristal líquido, podem contribuir para o desenvolvimento da economia brasileira e a revitalização das relações econômicas entre os dois países; e que o Governo japonês deseja este progresso;

CONSIDERANDO o potencial aumento da demanda, nos mercados nacional e internacional, de semicondutores empregados pelo avanço da digitalização dos produtos industriais advindo da difusão dos televisores digitais; bem como a necessidade de suporte adequado para a elaboração de estratégia para a criação, pelo Governo brasileiro, de um ambiente favorável que comporte o investimento direto na indústria eletroeletrônica, especialmente a dos produtos mais avançados;

CONSIDERANDO que as empresas japonesas atuantes no Brasil já vêm dedicando esforços para a expansão dos negócios no País, como o início da produção dos televisores de tela plana; que demonstram grande interesse em contribuir para o desenvolvimento econômico do País hoje e no futuro; e que estão prontas para contribuir no projeto do Governo brasileiro com todos os recursos ao seu alcance para fortalecer a competitividade da indústria eletroeletrônica brasileira;

AS DUAS PARTES COMPARTILHAM OS SEGUINTE PONTOS NO CASO DE O GOVERNO BRASILEIRO DECIDIR IMPLEMENTAR O SBTVD BASEADO NO PADRÃO ISDB-T:

O Brasil e o Japão cooperarão para criar um sistema nipo-brasileiro de televisão digital que expresse o desejo de ambos os países de estabelecer uma parceria sólida e duradoura. Para este fim, o Governo brasileiro manifesta seu forte desejo de implementar o SBTVD, com base no ISDB-T.

Com vistas à implementação do SBTVD, baseado no padrão ISDB-T, o Governo brasileiro organizará um comitê com seus setores industriais para elaborar propostas com o intuito de favorecer o investimento internacional visando a criar indústrias de ponta, como a de semicondutores.

O Governo japonês cooperará ao máximo com o comitê, por meio da recepção de missões de pesquisa, fornecimento de informações necessárias, se houver pedido do Governo brasileiro.

O Governo japonês colaborará com o Governo brasileiro na elaboração, pelo Governo brasileiro, de um plano estratégico com o objetivo de desenvolver a indústria de semicondutores no Brasil.

Além disso, o Governo japonês valoriza as empresas japonesas que cooperem nos vários estudos para a modernização das indústrias relacionadas a serem feitos pelo Brasil e estudem a possibilidade de investimentos futuros na indústria eletroeletrônica, incluindo a indústria de semicondutores e correlatos e a cooperação na capacitação de recursos humanos. O Governo japonês colaborará, se necessário, com as empresas japonesas que investem no Brasil e contribuem para a capacitação de recursos humanos.

O Governo japonês apoiará, ao máximo possível, os seguintes pontos expressos pela ARIB e pelo setor industrial japonês:

- (1) a participação de instituições brasileiras correlatas no trabalho de padronização relativa à diversificação de conteúdo do padrão ISDB-T, inclusive com a participação de representante brasileiro como membro do Comitê de Padronização do Consórcio ARIB,
- (2) a cooperação para a introdução de tecnologia inovadora desenvolvida pelo Brasil no padrão ISDB-T,
- (3) a organização de fóruns de especialistas dos dois países e o estabelecimento de interlocutor de serviços de cooperação na transferência de tecnologia do padrão ISDB-T,
- (4) além disso, o Governo japonês recebe de bom grado a dispensa de pagamento, pelo Brasil, de royalties relativos a patentes das próprias tecnologias ISDB-T.

O Governo japonês, a fim de promover a transferência de tecnologia relacionada ao padrão ISDB-T, apoiará a atividade de um centro de desenvolvimento a ser formado no Brasil pela Parte brasileira. Com este objetivo, o Governo japonês receberá engenheiros brasileiros para treinamento com a colaboração de emissoras japonesas e fabricantes no Japão, bem como apoiará os esforços na capacitação de engenheiros brasileiros no Brasil, enviando peritos e técnicos japoneses ao Brasil para fornecer orientação e treinamento.

No que tange à experiência e à política para implementação de transmissão digital, apoiará a política de digitalização do Governo brasileiro, organizando-se para oferecer informações oportunas e responder a consultas na medida do possível.

O Governo Japonês recebe de bom grado a posição do JBIC de estudar positivamente a concessão de créditos neste contexto.

Os dois países constituirão grupo de trabalho conjunto para detalhar os procedimentos indicados neste memorando em 4 semanas após a decisão do Governo brasileiro sobre a implementação do SBTVD, com base no padrão ISDB-T.

Certas de que existe uma parceria estratégica entre o Governo brasileiro e o Governo japonês, como tem sido a tradição de colaboração ao longo das últimas quatro décadas, as duas Partes subscrevem, no dia 13 de abril de 2006, o presente memorando, que foi feito nas línguas portuguesa e japonesa, tendo ambos os textos o mesmo valor.